Dem Konsumenten-Ombudsmann eine Chance

Autor(en): **Lienhard, Richard**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **56 (1977)**

Heft 3

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-339318

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Richard Lienhard

Dem Konsumenten-Ombudsmann eine Chance

Schon *Karl Marx* hat sich mit der Ohnmacht des Konsumenten befasst, indem er feststellte, dass der Verbraucher, wenn er seine Rolle als Gegenspieler von Produzenten und Händlern richtig spielen wolle, über ein enzyklopädisches Wissen verfügen müsste. Seit Karl Marx hat sich die Situation für den Konsumenten noch verschlechtert: So ist die Menge des Angebots an Waren gewaltig gewachsen. Zudem hat die Wirtschaft ihre nationalen Grenzen gesprengt. Damit werden dem Konsumenten Herkunft und Zusammensetzung der Ware immer mehr zum Geheimnis. So ist er kaum mehr imstande zu unterscheiden, ob ihm ein Natur- oder ein Kunstprodukt angeboten wird. Materialbezeichnungen dienen häufig genug nur der Verschleierung der Wahrheit.

Bedenkt man, welch schwache Stellung der Konsument in unserem Wirtschaftsleben noch einnimmt, klingt es wie ein Hohn, wenn er gelegentlich gar als «König» bezeichnet wird. Gewiss fehlt es nicht an Bemühungen, seine Stellung zu stärken. Von seiten des Bundes hat er vorläufig kaum Unterstützung zu erwarten; denn noch immer fehlt ein Verfassungsartikel über Konsumentenpolitik[1]. Konsumentenschutz in der Schweiz liegt daher – im Gegensatz etwa zu Schweden – ausschliesslich in der Hand privater Organisationen. Das heisst aber nichts anderes, als dass die Förderung des Konsumentenschutzes vorläufig noch von der privaten Initiative abhängig ist. In diesem Zusammenhang muss die von Karl Schweri – Inhaber der Denner AG – entwickelte Idee eines Konsumenten-Ombudsmanns gestellt werden.

Kürzlich hat die Denner AG in Zürich mit einem Anfangskapital von einer halben Million Franken eine Stiftung errichtet mit dem Zweck, einem politisch neutralen und von wirtschaftlichen Interessen unabhängigen Ombudsmann die finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen zur Wahrung der Interessen der Konsumenten in den verschiedenen Bereichen der Wirtschaft. Der Ombudsmann soll allgemeine Konsumenteninteressen ohne Rücksicht auf bestimmte Wirtschaftszweige oder regionale Interessen vertreten. Er hätte seine Tätigkeit ausschliesslich im Interesse der Gesamtheit der Konsumenten, frei von jeglicher Beeinflussung, zu erfüllen.

Die Firma Denner AG, die im Stiftungsrat einen Sitz innehat, verpflichtet sich, während zwanzig Jahren Beiträge von jährlich 250 000 Franken zur Deckung des Aufwandes zu leisten, soweit das Stiftungskapital und

---

[1] Eine Expertenkommission von 22 Mitgliedern befasst sich zurzeit mit der Ausarbeitung eines Verfassungsentwurfes. Mit Recht bemerkte kürzlich der sozialdemokratische Pressedienst, mit dieser Expertenkommission sei ein weiteres Kapitel der Verzögerung im Bereich der Konsumentenpolitik aufgeschlagen.

weitere Zuwendungen nicht ausreichen. Die Unabhängigkeit und Interessenfreiheit von Stiftung und Ombudsmann sollen durch ein Patronatskomitee gewährleistet bleiben. Letzteres setzt sich aus 25 Personen zusammen: Vertreter der Bundesratsparteien sowie der Wirtschaft und Wissenschaft.

Die Idee, die Institution des Ombudsmannes in den Dienst des Konsumentenschutzes zu stellen, ist sicherlich realistisch und daher zu begrüssen; denn schliesslich fusst sie auf den guten Erfahrungen, die man etwa mit dem in der Stadt Zürich tätigen Ombudsmann gemacht hat. Dass dieser bei seiner Vermittlertätigkeit erfolgreich war, hängt zwar zunächst mit der Person zusammen, aber auch mit dem Verfahren, das einfach, rasch und formfrei ist. Die Verwaltungsratspräsidentin der Firma Denner AG, Dr. *H. Hnidek,* hat denn auch in der Begrüssungsansprache auf diesen Vorteil hingewiesen: Es brauche Institutionen, die dem Konsumenten bekannt seien und zu denen er rasch und unkompliziert Zugang finde. *Alois Altenweger,* Geschäftsführer des Schweizerischen Konsumentenbundes, sieht den Vorteil des Konsumenten-Ombudsmanns ebenfalls in dieser Richtung: Er biete ohne irgendwelche politische oder wirtschaftliche Verknüpfung eine praktische unbürokratische und direkte Hilfe an. Den Konsumentenorganisationen werde dadurch Entlastung geboten, während gleichzeitig der Verbraucher ein erweitertes Angebot an Beratung und Hilfe benützen könne.

Freilich: Ein Ombudsmann steht und fällt mit seiner *Unabhängigkeit.* Diese allein ist die Garantie für eine solche wirtschaftsmoralische Instanz. Dass diese Voraussetzung gegeben sei, wurde seitens des Patronatskomitees ausdrücklich zugesichert. Nationalrat *Bratschi,* Bern, stellte mit Recht den Antrag, es müssten auch die übrigen Grossverteilerorganisationen – so Coop und Migros – zur Mitwirkung eingeladen werden. Nach Auskunft von Frau Dr. Hnidek möchte die Migros nicht von der Partie sein. Jedenfalls hätte der Landesring kein Interesse an der Vertretung im Patronatskomitee gezeigt.

Der Idee des Konsumenten-Ombudsmannes ist nun – wie könnte es hierzulande anders sein – eine zum Teil recht kleinliche Opposition erwachsen. Der Grund ist offensichtlich im Wettbewerbsdenken zu suchen. Zu Recht wurde denn auch in einer Tageszeitung[2] die kritische Frage aufgeworfen, ob eigentlich eine noch so gute und fortschrittliche Idee fragwürdig sein müsse, sobald sie von einem Mitbewerber propagiert werde. Zur Ehre der sozialdemokratischen Tagespresse sei gesagt, dass sie im wesentlichen objektiv berichtete. In weiten Teilen der bürgerlichen Presse und leider auch in einem Gewerkschaftsblatt war das Echo zwiespältig: Einerseits wurde darauf hingewiesen, die Idee sei gut und es sei erfreulich, wenn die Front des Konsumentenschutzes verstärkt werde. Anderseits

---

[2] «Tages-Anzeiger» vom 29. 1. 1977

aber wurde dieses Positive im Nachsatz wieder aufgehoben durch den Hinweis, es handle sich eben doch um einen Denner-Werbegag.

Ich halte eine solche Argumentation als nicht eben überzeugend. Jedenfalls vermag der Konsument damit nichts anzufangen. Ihn interessiert nicht, wer sich auf irgendein Erstgeburtsrecht berufen kann. Ihn interessiert vielmehr allein, ob eine Institution geeignet ist, seine Situation zu verbessern. Wer immer auf politischer oder kultureller Ebene Ideen und Anregungen produziert oder Forderungen erhebt, der pflegt dies jeweils nicht aus rein altruistischen Überlegungen zu tun; deshalb ist es auch unrealistisch und unfruchtbar, privates Interesse gegen öffentliche Moral auszuspielen. Entscheidend ist im vorliegenden Falle allein, ob die Voraussetzungen, wie sie an einen Konsumenten-Ombudsmann zu stellen sind, erfüllt werden können. Auf das Motiv der Firma Denner kommt nichts an.

Geradezu peinlich wirken deshalb für den Aussenstehenden Konkurrenzneid und Konkurrenzangst seitens gewisser Vertreterinnen von Konsumentenorganisationen. Ich denke da vor allem an die Repräsentantinnen eines Konsumentinnenforums, die anlässlich der Pressekonferenz in Zürich Fragen in die Diskussionen brachten, die angesichts der eindeutigen Statuten der Stiftung wider besseres Wissen gestellt wurden. Sind die Verantwortlichen dieses Forums bereits so verkalkt, dass sie in ihrer Organisation nur noch einen Selbstzweck sehen und die dahinter steckende Idee bereits vergessen haben?

Um so mehr verdient hervorgehoben zu werden, dass der Präsident des Schweizerischen Konsumentenbundes (SKB), Dr. *Vital Gawronski,* die Chance eines Konsumenten-Ombudsmannes sehr positiv beurteilt: «Ich hege keine Zweifel an der Objektivität der neuen Schutzinstanz, deren Unabhängigkeit ganz gewiss gewährleistet ist.»

Und Dr. Gawronski sollte es, so scheint mir – eigentlich wissen.